

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK SEPEDA MOTOR MATIC HONDA DI SURAKARTA**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**Disusun Oleh :**

**WAHYU BUDIANTO  
NIM. B 100 070 137**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2011**

## **HALAMAN PENGESAHAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
SEPEDA MOTOR MATIC HONDA DI SURAKARTA”**

Yang ditulis oleh :

**WAHYU BUDIANTO**  
**NIM. B 100 070 137**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat  
untuk diterima :

Surakarta,      Agustus 2011

Pembimbing

**(Dra.Mabruroh, MM)**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

**(Dr. Triyono, M.Si)**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI**

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : WAHYU BUDIANTO  
NIRM : 07.6.106.02016.50137  
Jurusan : MANAJEMEN  
Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
: MEMPENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN  
: TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
: PRODUK SEPEDA MOTOR MATIC HONDA DI  
: SURAKARTA

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta,.....Agustus 2011.....

Yang membuat pernyataan,

WAHYU BUDIANTO

## MOTTO

*Untuk memahami hati dan pikiran seseorang,*

*Jangan melihat apa yang telah di raih.*

*Lihatlah apa yang dia lakukan untuk menggapai cita – citanya. (Kahlil Gibran )*

*Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari sesuatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain dan hanya kepada Allah-lah kamu berharap.*

*(Q.S Al Nasyr 6-8)*

## PERSEMBAHAN

*Dengan Ridho Allah SWT, sehingga skripsi ini terselesaikan dan karya kecil ini kupersembahkan untuk:*

- ❖ *Ayah & Bunda tercinta, yang teramat sangat kusayangi & kuhormati, yang tiada henti-hentinya mengiringi, menghantar, serta membimbingku dengan penuh kesabaran disetiap langkahku dengan segenap doa, penuh cinta & kasih sayang yang teramat luar biasa besar dan dengan penuh harapan demi kesuksesanku.*
- ❖ *Untuk Nyimas Maia Sasmita yang selalu memberiku semangat dan dukungan selama ini*
- ❖ *Anak-anak kos Protonema*

*Terima kasih atas doa & dukungannya selama ini*

## **ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor matic honda dan untuk mengetahui faktor-faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian, faktor-faktor yang dimaksud adalah faktor sosial, personal, psikologikal, dan kultural.

Sampel yang diambil sebanyak 100 orang yang respondennya adalah seluruh mahasiswa fakultas ekonomi UMS yang memiliki sepeda motor matic Honda. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode observasi dengan alat bantu kuesioner. Dalam penelitian ini respondennya adalah seluruh mahasiswa fakultas ekonomi UMS yang memiliki sepeda motor matic Honda. Kemudian data yang diperoleh diuji dengan menggunakan uji instrumen data (validitas dan reliabilitas). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linear berganda dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan sebagai berikut: 1). Faktor sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian; 2). Faktor personal tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian; 3). Faktor psikologikal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian; 4). Faktor kultural mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. 5). Faktor sosial, personal, psikologikal, dan kultural secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian; 6). Faktor psikologikal adalah faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata kunci: Loyalitas konsumen, Keputusan Pembelian

## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirobilalamin, puji syukur penulis panjatkan atas limpahan Rahmat dan berkah dari Allah SWT, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tanpa hambatan yang berarti. Salam dan sholawat semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita semua umat Islam dari jaman kegelapan kejaman yang jauh lebih baik.

Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah dengan suka rela memberikan dukungan, doa, kesempatan, bantuan pemikiran tenaga dan fasilitas sehingga penelitian ini berjalan sebagaimana mestinya. Rasa terima kasih ini penulis sampaikan :

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM., selaku Kepala Progdil Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Dra. Mabruroh, MM, selaku pembimbing utama yang dengan penuh kesabaran telah memberikan saran, pengarahan, dan dukungan hingga selesainya penulisan skripsi ini.
4. Bapak, Ibu Dosen dan staf karyawan FE. UMS yang telah banyak memberi bantuannya.
5. Ibu dan Bapak yang tercinta terima kasih atas kasih sayangnya yang tulus, tiada kuasa kiranya ananda membalasnya.

6. Responden yang telah membantu penulis dalam mengisi kuisioner penelitian ini.

Penulis telah berupaya semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi ini. Namun tak ada gading yang tak retak, maka saran yang konstruktif senantiasa penulis nantikan. Mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi setiap pembaca pada umumnya.

Surakarta,     Agustus 2011

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAKSI .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I     PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah .....	4
C. Batasan Masalah .....	4
D. Tujuan Penelitian .....	4
E. Manfaat Penelitian .....	5
BAB II.   TINJAUAN PUSTAKA .....	6
A. Pemasaran .....	6
B. Manajemen Pemasaran.....	6
C. Konsep Pemasaran .....	7
D. Perilaku Konsumen .....	9

1. Pengertian Perilaku Konsumen .....	9
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen .	12
E. Pengambilan Keputusan Pembelian .....	18
F. Tinjauan Tentang Loyalitas Konsumen .....	19
1. Pengertian Loyalitas Konsumen .....	19
2. Tingkat Loyalitas.....	20
3. Menciptakan dan Memelihara Loyalitas Konsumen.....	21
4. Pengambilan Keputusan.....	22
5. Implikasi dari Loyalitas yang Kuat .....	22
G. Penelitian Terdahulu .....	23
<b>BAB III   METODA PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
A. Kerangka Penelitian .....	25
B. Devinisi Operasional Variabel .....	25
C. Hipotesis.....	26
D. Data dan Sumber Data .....	27
E. Metode Pengumpulan Data .....	27
F. Populasi dan Sampel .....	28
G. Instrumen Data .....	29
H. Metode Analisis Data.....	31
1) Uji Asumsi Klasik .....	31
2) Analisis Regresi Linear Berganda.....	34
3) Uji t .....	35
4) Uji f .....	36

5) Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ ).....	38
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
A. Deskripsi Responden.....	39
B. Analisis Data .....	42
1. Pengujian Instrumen Penelitian.....	42
a. Uji Validitas .....	42
b. Uji Reabilitas.....	45
C. Uji Asumsi Klasik .....	46
1) Uji Normalitas.....	46
2) Uji Multikolinieritas.....	47
3) Uji Heteroskedasitas .....	48
D. Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
1). Uji t .....	52
2). Uji F .....	56
3). Uji $R^2$ .....	58
E. Pembahasan.....	58
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>60</b>
A. Kesimpulan .....	60
B. Keterbatasan Penelitian .....	61
C. Saran .....	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Dasar Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi .....	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasa Usia.....	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan .....	40
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan .....	41
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Matic Honda .....	41
Tabel 4.6 Rangkuman Hasil Uji Validitas Sosial .....	43
Tabel 4.7 Rangkuman Hasil Uji Validitas Personal.....	43
Tabel 4.8 Rangkuman Hasil Uji Validitas Psikologikal .....	44
Tabel 4.9 Rangkuman Hasil Uji Validitas Kultural .....	44
Tabel 4.10 Rangkuman Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	45
Tabel 4.11 Rangkuman Hasil Uji Reabilitas.....	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas .....	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi .....	50
Tabel 4.14 Rangkuman Hasil Regresi Liner Berganda.....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran .....	25
Gambar 3.2 Statistik Durbin-Waston.....	33
Gambar 3.3 Kriteria Pengujian .....	35
Gambar 3.4 Kriteria Pengujian .....	37
Gambar 4.1 Grafik Histogram.....	47
Gambar 4.2 Diagram P.Plot .....	47
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot .....	49
Gambar 4.4 Kriteria Pengujian .....	52
Gambar 4.5 Kriteria Pengujian .....	53
Gambar 4.6 Kriteria Pengujian .....	54
Gambar 4.7 Kriteria Pengujian .....	55
Gambar 4.5 Kriteria Pengujian .....	57